

CAPITULO V

Análisis de resultados

5.1 Introducción

En este capítulo se analizarán los resultados obtenidos en el capítulo anterior. El análisis se llevará a cabo de dos maneras diferentes, dependiendo del tipo de instrumento utilizado.

5.2 Análisis de la entrevista con el director

Las respuestas se analizarán una por una, y a partir de este análisis se elaborarán algunas de las preguntas de la parte cuantitativa de la investigación.

1.- ¿A qué mercado se considera que sería factible llegar con el proyecto?

R. A los estados cercanos a Puebla, los cuales son: Tlaxcala, Oaxaca, Veracruz, Hidalgo y Guerrero.

En opinión del director, el mercado se expandiría hacia los estados colindantes con Puebla; consideramos que esta zona podría traer grandes beneficios a la empresa, debido a su cercanía. Dado que el desarrollo comercial en estos estados es un poco menor que en

Puebla, la empresa, que es bastante sólida y conoce el negocio en Puebla, región con más competencia, tiene grandes oportunidades de convertirse en un fuerte proveedor de esta zona.

2.- ¿En caso de llegar a estas localidades, cuánto considera que se incrementarían las ventas?

R. Entre un 20% y un 25% durante el primer año, es decir, entre seis y siete millones de pesos.

Un aumento de tales porcentajes es bastante, tomando en cuenta que el mercado en el estado de Puebla ya no es tan fértil, lo cual, de inicio nos indica que sí sería conveniente la implantación del sistema propuesto.

3.- ¿En qué se basa para considerar este aumento?

R. En que el número de pedidos se incrementaría en aproximadamente 15 diarios.

La respuesta nos indica que el entrevistado sabe lo que está diciendo, no solo está contestando por contestar.

4.- ¿Considera que el personal y equipo con el que cuenta la empresa para tomar y surtir pedidos es suficiente en caso de presentarse este incremento?

R. Sí, debido a que se cuenta con mucho tiempo muerto por lo que la empresa no utiliza el 100% de su capacidad, por lo que sí se cumpliría con las nuevas necesidades.

A través de esta respuesta nos damos cuenta de que si se llevara a cabo el proyecto no sería necesario contratar más personal ni adquirir equipo, lo cual beneficia los costos de la empresa, sin embargo es necesario, preguntar a los empleados qué opinan ellos sobre el mismo tema, para cerciorarnos de que ambas partes están de acuerdo.

5.- ¿Cómo son los costos relacionados con los fletes?

El costo lo paga el cliente y es aproximadamente un 2% del monto total de la compra, y en ese caso no hay un mínimo de compra.

Tomando en cuenta la respuesta, el flete no influye en el costo del producto para la empresa, por lo que no es factor a tomar en cuenta.

6.- ¿Aceptan tarjeta de crédito?

R. No.

La empresa no maneja cobros por medio de tarjetas de crédito, sin embargo consideramos que para la realización de este proyecto sería conveniente la contratación de un sistema de pago por medio de tarjeta de crédito, ya que para las operaciones que se realizarían por Internet sería lo más útil y apropiado.

7.- ¿Qué formas de pago aceptan en las ventas que no son al menudeo?

R. Por transferencia bancaria o con cheque.

Consideramos que otra forma de cobro que es muy práctica para las ventas por Internet, además del pago con tarjeta de crédito, es la transferencia bancaria, por lo que si se llevara a cabo el proyecto, sería un punto a tomar en cuenta.

8.- ¿Estaría dispuesto a utilizar un sistema de cobro por medio de tarjeta de crédito?

R. Sí

El director está abierto a realizar cambios en el sistema de cobro, lo cual nos da mayor libertad para planear el proyecto, sin embargo, hay que considerar la opinión de toda la empresa.

9.- ¿Cuál es la venta mínima para la entrega de pedidos?

R. Está establecida una cantidad de \$500, la cual no se respeta muchas veces.

Sería necesario hacer que se respete el mínimo ya establecido, o bien establecer uno nuevo que si se cumpla, ya que es necesario debido al tipo de productos que maneja la empresa, los cuales podrían hacer que el pedido fuera muy chico y no sería factible entregarlo dado el costo (Ej. 2 bolígrafos = \$10) .

10.- ¿El precio en Internet sería el mismo?

R. Sí, ya que se manejan compras mínimas y diferentes precios, ya sea venta al mayoreo o de oficina, y si es de contado o a crédito.

Como ya existe una política de precios, esta también se aplicaría a las ventas por Internet, ya que esta política toma en cuenta los costos en que se incurre.

5.3 Informe

Desde el punto de vista del director de la empresa, el proyecto sería de gran utilidad para la empresa, ya que se conseguiría uno de los principales objetivos de esta y todas las empresas, el cual es crecer constantemente. Podemos decir que dadas las respuestas del director, la empresa cuenta con la infraestructura necesaria para la implantación del sistema propuesto, sin embargo hay que tomar en cuenta la opinión de los demás miembros de la empresa.

Los precios de los productos no se verían afectados de ninguna forma, ya que los costos de flete son pagados por el comprador y el costo de la entrega de los productos a nivel local sería absorbido por el mínimo de compra previamente establecido.

Por comodidad de los clientes, el aceptar pagos por medio de tarjeta de crédito para las ventas por Internet, además de la transferencia bancaria ya utilizada en las ventas, sería

conveniente instalar el sistema de recepción de pagos electrónicos a través de terminal punto de venta; por parte de la dirección no existe ningún impedimento para esta implantación.

5.4 Análisis de la entrevista con los directivos y jefes de área

La entrevista se analizará de acuerdo a la frecuencia que se presenten en las respuestas, dependiendo si ésta es afirmativa o negativa, ya sea cinco afirmativas y ninguna negativa o viceversa, cuatro afirmativas y una negativa o viceversa y finalmente tres afirmativas y dos negativas o viceversa.

Algunas razones de las respuestas que nos den los entrevistados serán consideradas para realizar recomendaciones a la empresa. Estas respuestas se encuentran en el anexo A.

En caso de ser cinco contra cero o cuatro contra uno, ya sea afirmativa o negativamente, existirá una tendencia en las opiniones, pero si las respuestas están balanceadas, es decir, tres contra dos, no habrá una diferencia significativa por lo que sería necesario hacer un estudio posterior más a fondo acerca del tema correspondiente.

En la pregunta número nueve, las respuestas no son afirmaciones ni negaciones, sino que se les dieron opciones a los entrevistados y ellos eligieron una, por lo que el análisis de ésta se hará en base a sus preferencias.

Preguntas de la entrevista

1.- ¿Considera usted que la empresa esta preparada económicamente para la implantación del sistema planeado?

Si = 4 No = 1

La empresa si está preparada económicamente, solo habría que tomar algunas consideraciones, pero en términos generales no existe ningún problema para implementar el sistema planeado.

2.- ¿Cree usted que los beneficios serían mayores que los costos si el sistema planeado funciona como se espera?

Si = 5 No = 0

Los entrevistados están consientes de que el proyecto traería grandes beneficios para la empresa además de que éstos serían mayores que los costos, dado que el proyecto ofrece muchas ventajas, además que el costo es mínimo comparándolo con las ganancias que se darían en caso de funcionar como se espera.

3.- ¿Considera factible la adquisición del equipo en caso de ser necesario?

Si = 4 No = 1

La tendencia fue similar a la pregunta número uno, ya que están relacionadas con el aspecto económico de la empresa, y los entrevistados consideran factible la adquisición de equipo adicional si se necesita.

4.- ¿Estaría dispuesto a utilizar un sistema de pago por medio de tarjeta de crédito?

Si = 4 No = 1

Los entrevistados están de acuerdo en implementar el sistema de pago por medio de tarjeta de crédito, lo cual asegura que por este aspecto no habría mayor oposición.

5.- ¿Considera usted que los miembros de la empresa están preparados y aceptarían la introducción de este nuevo sistema?

Si = 1 No = 4

La tendencia es hacia que los miembros no están preparados y no aceptarían el nuevo sistema, lo cual indica que en este aspecto sería necesario capacitar a la gente, además de explicarles a fondo las bondades del proyecto para que así se convenzan y apoyen al mismo.

6.- En su opinión, ¿se utilizan los sistemas de clientes y de inventarios?

Si = 5 No = 0

Si se utilizan pero muy poco, por lo que es necesario usarlos al máximo posible para aprovecharlos, ya que se está desperdiciando una herramienta muy útil, y en el caso de implementarse el sistema propuesto sería indispensable su utilización. Los empleados no los usan porque los consideran un estorbo.

7.- ¿Cree usted que los clientes utilizarían el sistema propuesto?

Si = 4 No = 1

Los entrevistados consideran que el sistema si sería utilizado por parte de los clientes, ya sea porque les han comentado al respecto o porque creen que puede ser una herramienta que facilitaría el proceso de compra para muchos clientes.

8.- ¿Considera usted que el sistema propuesto va de acuerdo con los objetivos de la empresa?

Si = 4 No = 1

Dado que el sistema tiene el propósito de impulsar el crecimiento de la empresa mediante el

aumento de clientes y por lo tanto de ventas, éste va de acuerdo con los objetivos de la empresa en opinión de los entrevistados.

9.- ¿Cuál considera que sería el método apropiado para darse a conocer en Internet dentro del nuevo mercado meta?

Impresión = 4 Los 3 métodos = 1

De acuerdo a la opinión de los entrevistados, el método que les parece más conveniente es la impresión de la página de Internet en bolsas, facturas y notas de remisión por su practicidad, además de que es el más económico dado que solo se tendría que hacer una pequeña modificación en la impresión de los medios citados.

10.- ¿Considera usted que el plan previsto sería viable y tendría éxito?

Si = 4 No = 1

La opinión de los entrevistados es que el plan sería viable, solo que la mayoría concuerda en que se necesitaría realizar algunos cambios, tanto en la mentalidad de todos los miembros de la empresa como en los métodos de hacer los procesos, pero en caso de llevarse a cabo todo lo necesario, el plan tendría éxito.

5.5 Análisis del cuestionario

Esta parte de la investigación se analizará pregunta por pregunta, no cuestionario por cuestionario, ya que cada pregunta tiene un propósito específico, y en algunos casos, diferente. Este cuestionario se evaluará con la fórmula presentada en la figura 5.1.

Figura 5.1

Fórmula PT/NT

$$\frac{\text{Puntuación total en la escala}}{\text{Número de afirmaciones}}$$

Fuente: Hernández, Fernández y Baptista, 2002, p. 374

Escala de valores de las respuestas del cuestionario:

5. Definitivamente sí

4. Probablemente sí

3. Indeciso

2. Probablemente no

1. Definitivamente no

En la figura 5.2 se presenta una tabla con las respuestas obtenidas por medio del cuestionario aplicado a los empleados de la empresa, con el fin de concentrar todas estas respuestas en una sola figura para de esta forma facilitar la obtención de resultados finales y proceder a realizar el análisis de las mismas.

Figura 5.2

Tabla de resultados

Número de pregunta	Definitivamente sí	Probablemente sí	Indeciso	Probablemente no	Definitivamente no	Total
1						
2	6	2	1	0	16	25
3	5	8	2	3	7	25
4	6	5	2	1	4	18
5	6	3	0	2	7	18
6	12	2	0	0	4	18
7	5	6	1	0	6	18
8	2	7	1	2	6	18
9	4	1	1	1	6	13
10	19	2	0	0	4	25

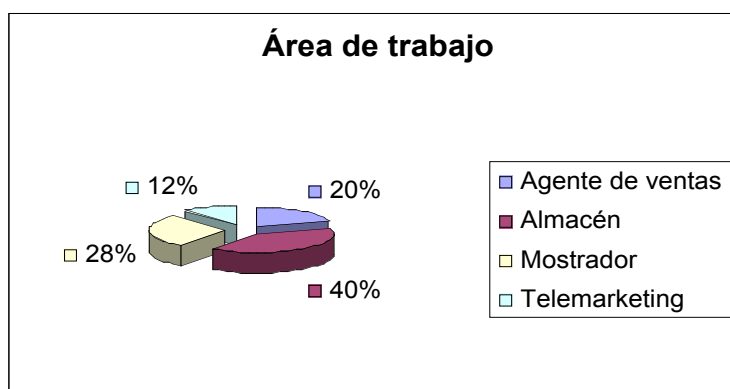
Fuente: Elaboración propia

Preguntas del cuestionario

1.- ¿En qué área trabaja?

Total: 25 encuestados

Figura 5.3



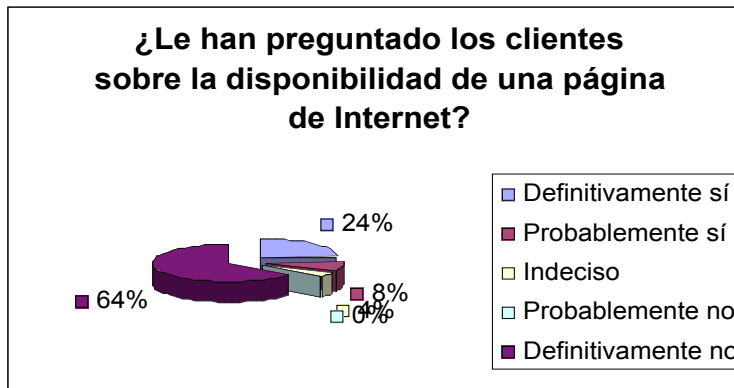
Fuente: Elaboración propia

El propósito de esta pregunta es conocer cuál es el área de trabajo de los empleados, para de esta forma poder descartar respuestas que no les corresponden a los encuestados dada la posición en que laboran dentro de la empresa, y de esta forma evitar posibles errores en el análisis de la herramienta.

2.- Se está realizando un estudio para analizar la factibilidad de la implantación de un sistema de ventas y promoción por Internet, el cual incluiría fijación de precios, promoción, publicidad y ventas, ¿le han preguntado los clientes sobre la disponibilidad de una página de Internet?

Total: 25 encuestados

Figura 5.4



Fuente: Elaboración propia

Resultado: 2.28

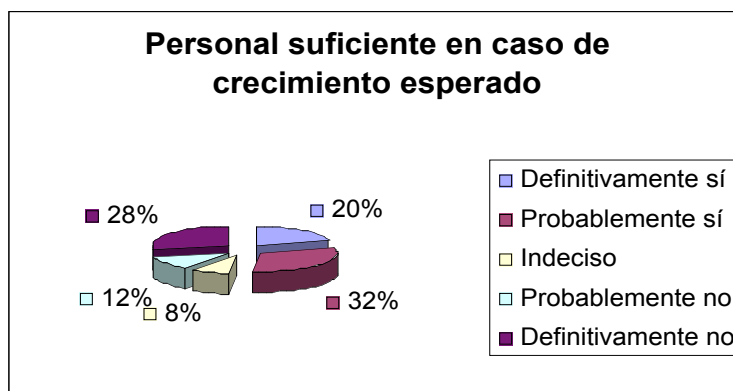
El resultado nos indica que muy pocos clientes han cuestionado acerca de la existencia de una página de Internet, y la razón de esto podría ser que en México no es muy común que empresas familiares y que no sean grandes corporativos cuenten con una herramienta de

este tipo. La solución a esto sería llevar a cabo estrategias de publicidad, ya que de esta forma la gente conocería la página de Internet y comenzaría a funcionar el proyecto.

3.- En caso de que se instalara el sistema y funcionara correctamente, se registraría un incremento de entre 20% y 25% en las ventas, ¿considera que el personal de la empresa es el suficiente en caso de darse este crecimiento?

Total: 25 encuestados

Figura 5.5



Fuente: Elaboración propia

Resultado: 3.04

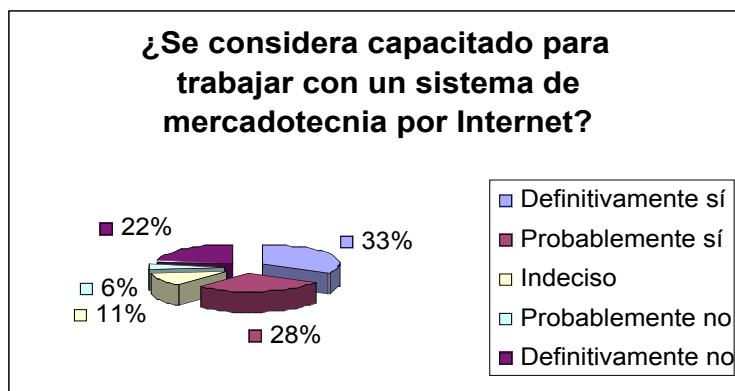
La frecuencia de las respuestas positivas y negativas está balanceada, ya que en promedio la mitad responde afirmativamente y la otra mitad responde negativamente o está indecisa.

Juntando esto con lo respondido anteriormente por el director, se puede considerar que el personal actual de la empresa sí sería el suficiente en caso de presentarse el crecimiento esperado.

4.- Si es que dentro de su área de trabajo se realiza alguna de las actividades de mercadotecnia mencionadas anteriormente, ¿se considera capacitado(a) para trabajar con un sistema de ventas y promoción por Internet y con los programas computacionales ya existentes?

Total: 18 encuestados

Figura 5.6



Fuente: Elaboración propia

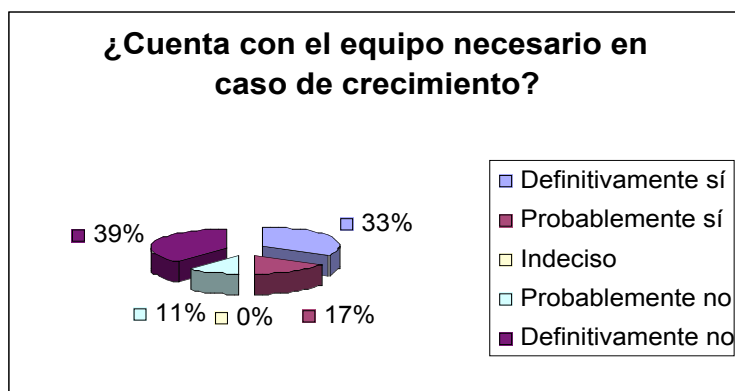
Resultado: 3.44

Con esta respuesta nos damos cuenta que lo mencionado por los directivos, acerca de que sería necesaria una capacitación a todos los miembros de la empresa, está en lo correcto, ya que es necesario que el 100% de los empleados que se encuentran en las áreas que trabajarían directamente con el sistema estén totalmente capacitados, porque de otra forma se desaprovecharía la capacidad de éste.

5.- En caso de concretarse el proyecto, el equipo de trabajo que se necesitaría es: computadoras, red interna y vehículos de ventas y distribución, ¿considera que cuenta con el equipo necesario para realizar sus labores?

Total: 18 encuestados

Figura 5.7



Fuente: Elaboración propia

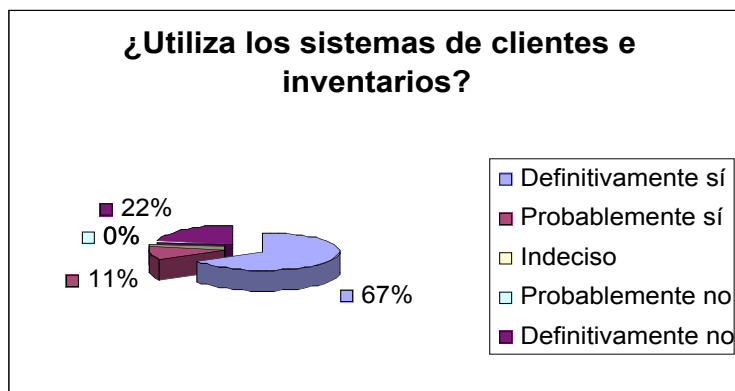
Resultado: 2.94

Dado el resultado de esta pregunta, es necesario hacer una entrevista más a fondo con los empleados preguntando qué es lo que ellos consideran que hace falta. A consideración del director, el equipo cuenta con mucho tiempo muerto, por lo que al darse el aumento previsto, este tiempo muerto desaparecería trabajando con la capacidad total de la empresa.

6.- Los sistemas que se encuentran ya instalados en la empresa serían de gran utilidad para el sistema de ventas y promoción por Internet, ¿usted utiliza los sistemas de clientes e inventarios?

Total: 18 encuestados

Figura 5.8



Fuente: Elaboración propia

Resultado: 4

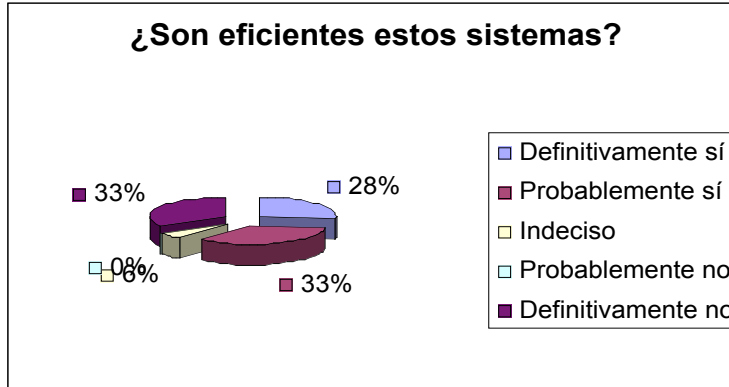
Similar a la opinión expresada anteriormente por parte de los directivos en la entrevista que se les realizó, los demás empleados consideran que los sistemas de clientes e inventarios que existen en la empresa si se utilizan, aunque no totalmente dada la capacidad a la que podrían ser utilizados.

Por otro lado, el propósito de estos sistemas no es solamente que sean usados, sino que se usen adecuadamente con el fin de facilitar la instalación y posterior utilización del proyecto planeado por parte de los empleados.

7.- ¿Cree que estos sistemas son eficientes?

Total: 18 encuestados

Figura 5.9



Fuente: Elaboración propia

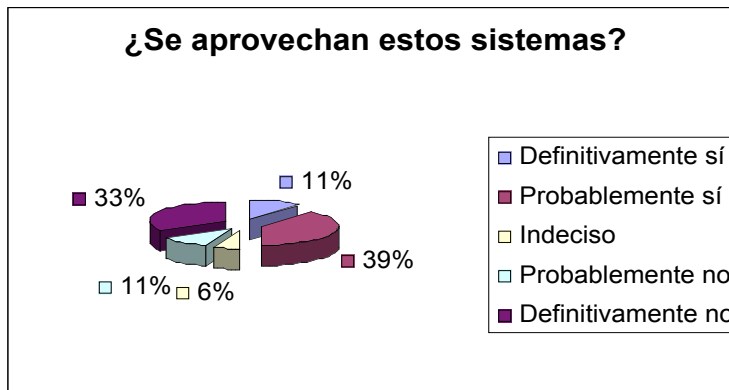
Resultado: 3.22

A pesar de que los sistemas de clientes e inventarios si se utilizan, los empleados de la empresa consideran que no son eficientes. Esto es debido a que como muchos empleados no saben como usarlos correctamente porque les falta capacitación, no los utilizan como debería ser.

8.- ¿Cree que estos sistemas se aprovechan?

Total: 18 encuestados

Figura 5.10



Fuente: Elaboración propia

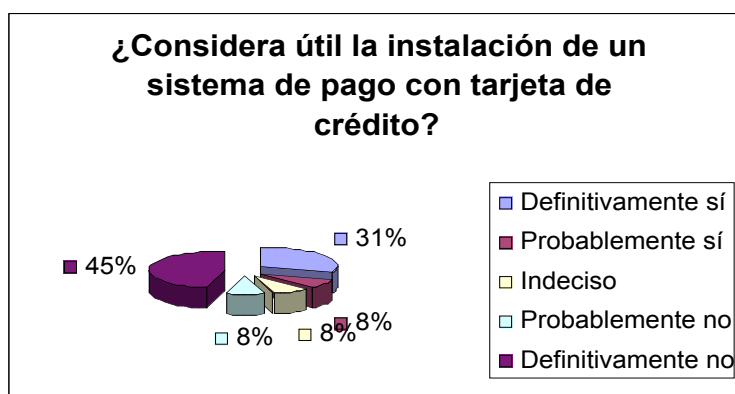
Resultado: 2.83

Como los empleados de la empresa no consideran que los sistemas son totalmente eficientes no creen que se aprovechen. Esto debido a la misma razón que en el cuestionamiento anterior, ya que al no saberlos utilizar correctamente no se aprovechan y se desperdician.

9.- La empresa no cuenta con un sistema de cobro por medio de tarjeta de crédito, ¿considera que la instalación de un sistema de pago por medio de tarjeta de crédito para vender a través de Internet sería útil?

Total: 13 encuestados

Figura 5.11



Fuente: Elaboración propia

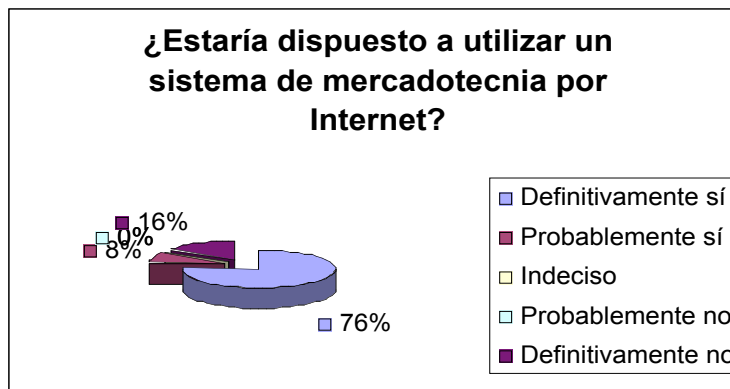
Resultado: 2.69

Las respuestas muestran una ligera tendencia negativa, lo que quiere decir que los empleados de la empresa consideran que la instalación de un sistema de pago por medio de tarjeta de crédito no sería del todo útil, a diferencia de los directivos que opinan lo contrario.

10.- En caso de llevar a cabo el proyecto, se necesitaría la cooperación de toda la gente que labora en la empresa, tanto en cursos como en capacitaciones, ¿estaría dispuesto(a) a utilizar un sistema de ventas y promoción por Internet?

Total: 25 encuestados

Figura 5.12



Fuente: Elaboración propia

Resultado: 4.28

Los empleados, en general, si estarían dispuestos a utilizar un sistema de ventas y promoción por Internet, incluyendo cursos y capacitaciones.

5.6 Conclusiones

Desde el punto de vista de los directivos, en general la empresa si esta preparada en los aspectos técnico, económico y organizacional, por lo que donde habría que enfocarse más es en el aspecto operacional, ya que éste es el que “depende de los recursos humanos disponibles para el proyecto, e involucra proyectar si el sistema operará y será usado una vez que este instalado” (Kendall & Kendall, 1997, p. 53).

Las opiniones de los empleados son muy disparejas, ya que no están de acuerdo entre ellos en muchos aspectos, lo que lleva a que la mayoría de los promedios de las preguntas den como resultado un equilibrio. Este equilibrio nos indica que los empleados consideran que la empresa está en un punto medio en cuanto a preparación para la instalación de un sistema de ventas y promoción por Internet.

Por parte de los empleados existe una gran disponibilidad para ser capacitados y tomar los cursos que sean necesarios para estar preparados para la implantación del sistema de ventas y promoción por Internet propuesto en caso de llegarse a concretar. Lo anterior llevaría a cubrir el aspecto faltante dentro del estudio de factibilidad, el cual es el aspecto operacional.

Finalmente el análisis arroja un resultado positivo, o lo que es lo mismo, sí es factible implantar el sistema propuesto en Papelería Torres, siempre y cuando se lleven a cabo correctamente los procesos necesarios para preparar tanto a los miembros como la infraestructura de la empresa.

